

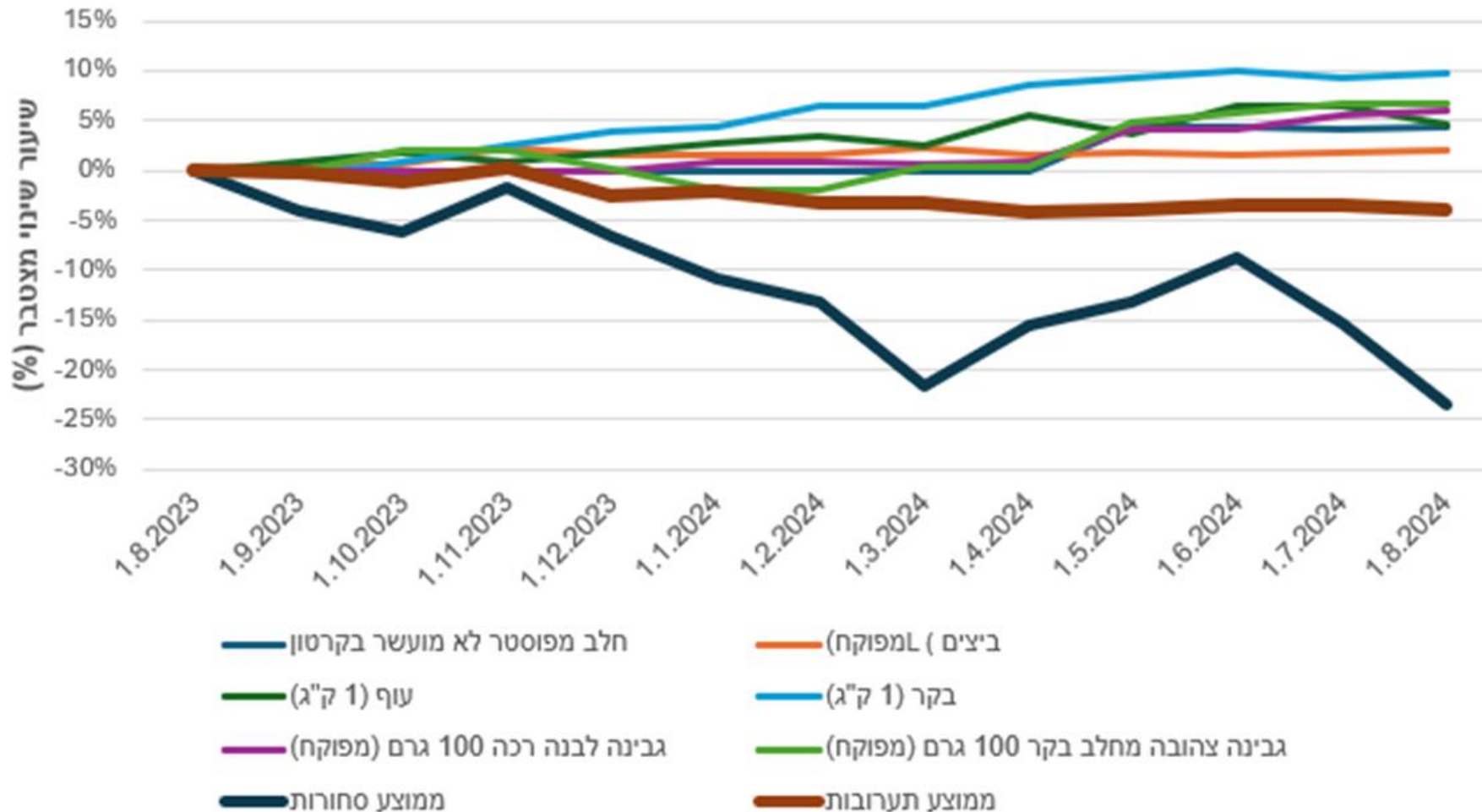
מעט על הסוגייה המבנית של יוקר המחיה

המכון הישראלי לתכנון כלכלי



בעיית "התמסורת" בישראל

שיעור שינוי מצטבר: מחירי מוצרים, סחורות ותערובות מזון



- לאורך תקופת המלחמה ראינו בעולם ירידה במחיר התערובות בישראל – לא.
- התוצאה: עליה נמשכת במחירי מוצרי הנגזרת
- בקר ועוף המובילים בכך
- גבינה וחלב אחריהם

אז מה הסיבה המרכזית לתופעה?

סימוכין:

- *D.W. Carlton and J.M. Perloff* (2004). *Modern Industrial Organization*, 4th edition, pp. 2-3.
- *F.M Scherer & D. Ross* (1990) *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton-Mifflin, 3rd ed.
- *R.Schmalensee* (1987). "Industrial Organization" *The New Palgrave*, v. 2, p. 803.
- *Stigler, George J.* (1983) *The Organization of Industry*.
- *Tirole, Jean* (1988)-. *The Theory of Industrial Organization* MIT Press.
- *Williamson, Oliver E.*, ed. (1990). *Industrial Organization*. Edward Elgar.

• התאמה בין מבנה שוק לתחרות

שבו, בין היתר על אלה:

- כמות ואיכות המוצרים שייוצרו ויוצעו
- מחירי מוצרים ושירותים וזמינותם
- רמת החדשנות והיצירתיות והדינמיקה בו
- יעילות והקצאת משאבים נכונה

הבסיס : מבנה השוק קובע את התחרות ורמת המחירים נובעת מרמת התחרות

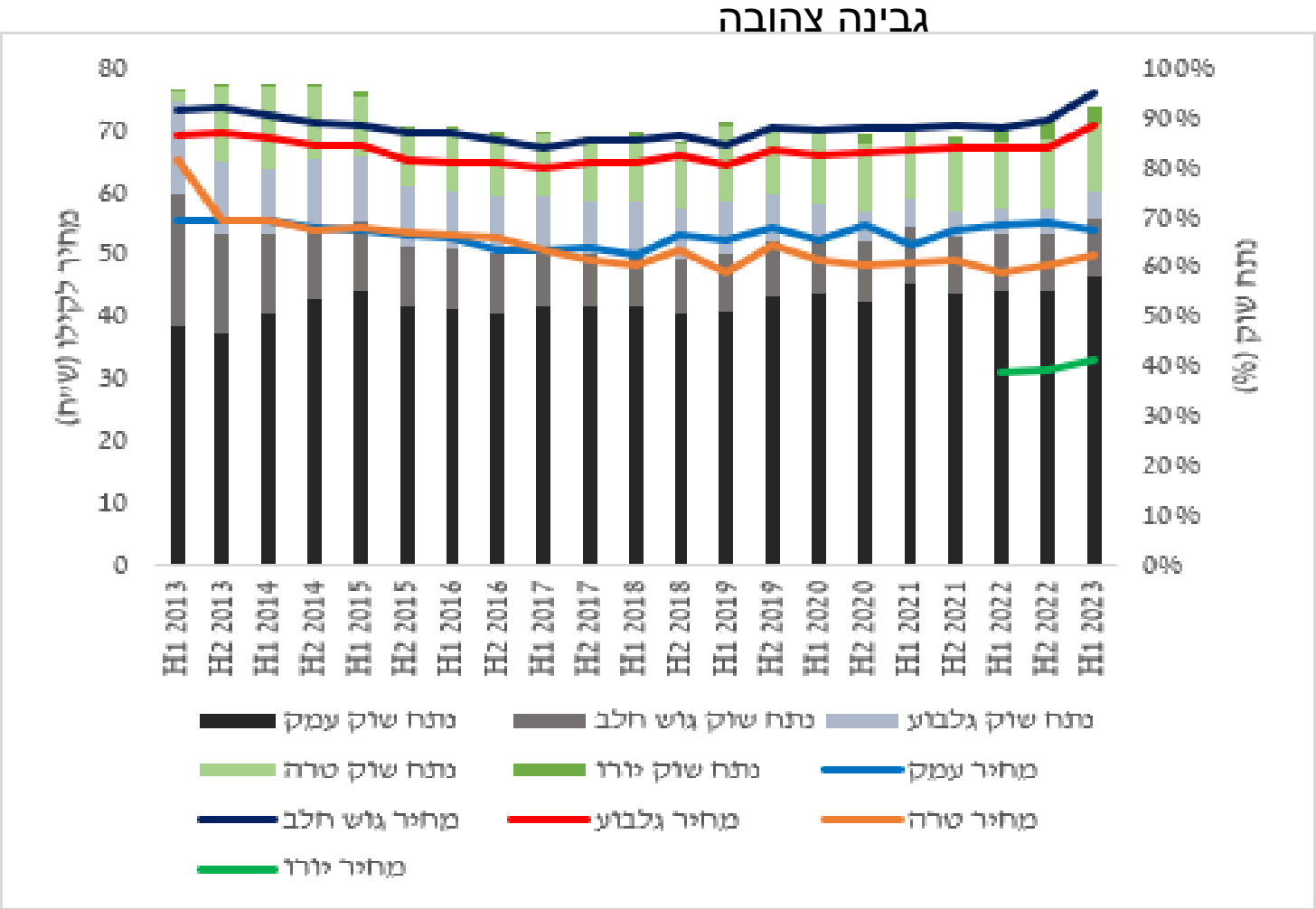
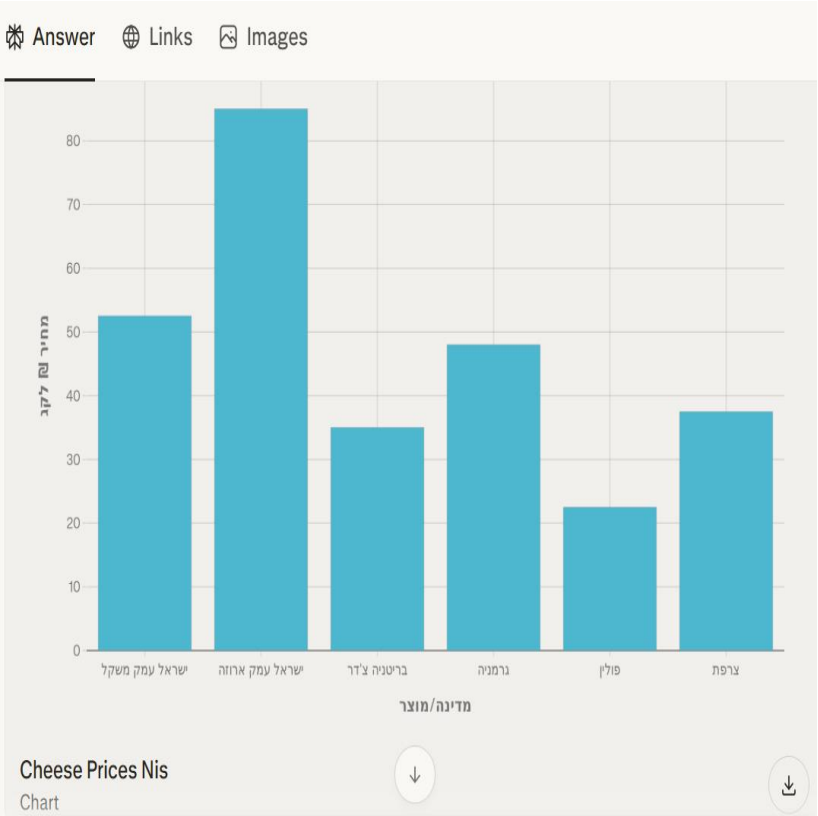
המונופולים שולטים על סל המוצרים



נתחי שוק יציבים של מוצרים נבחרים, ספקים גדולים

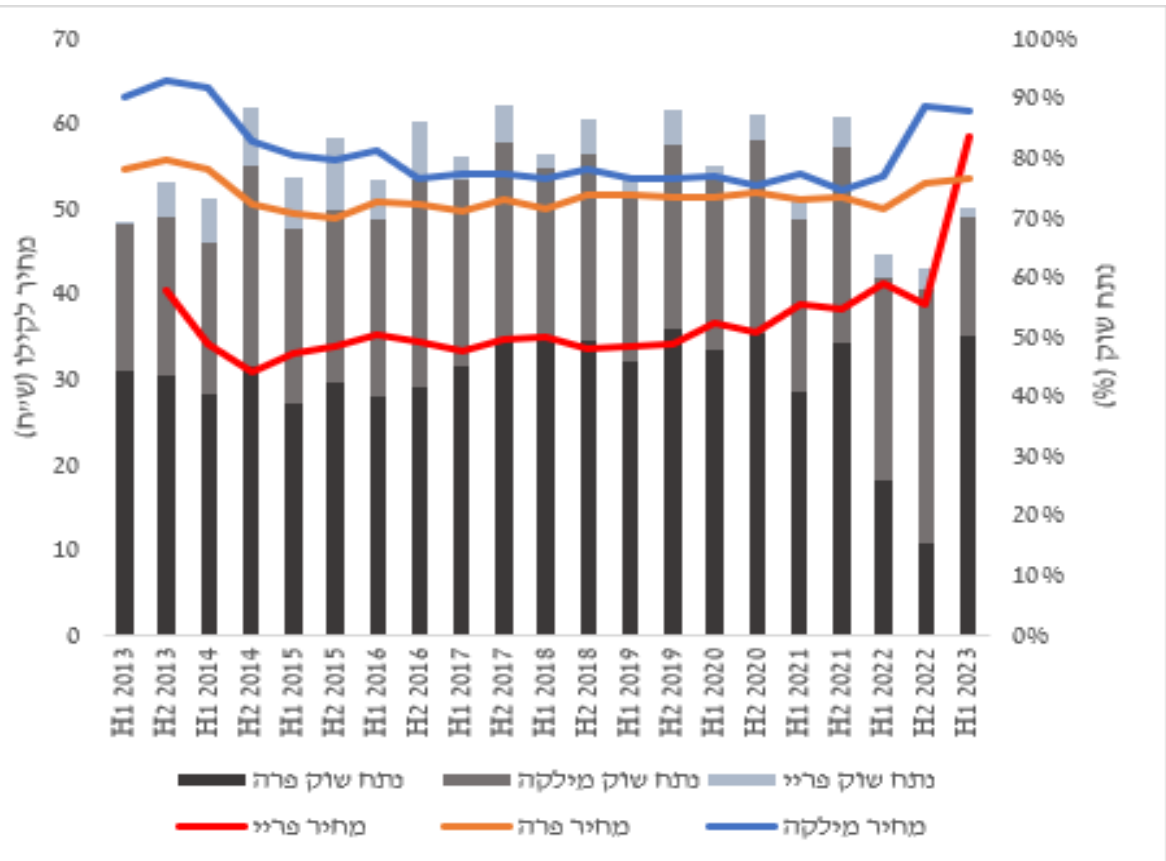
קורנפלקס	חלב	מעדנים	אבקות כביסה	שוקולד	משחות שיניים	סכיני גילוח	
	13% מועשר	70%		55%			שטראוס
27%							אסם נסטלה
5%			58%	20%	3%	73%	דיפלומט
					55%	14%	שסטוביץ
51%				15%			יונילור ישראל
	65%	17%					תנובה
	17%	6%	11%				החברה המרכזית
			14%		5%		סנו
83%	95%	93%	83%	90%	63%	87%	סה"כ

ריכוזיות + אהבת מותג = כשל בניסת מותג חדש

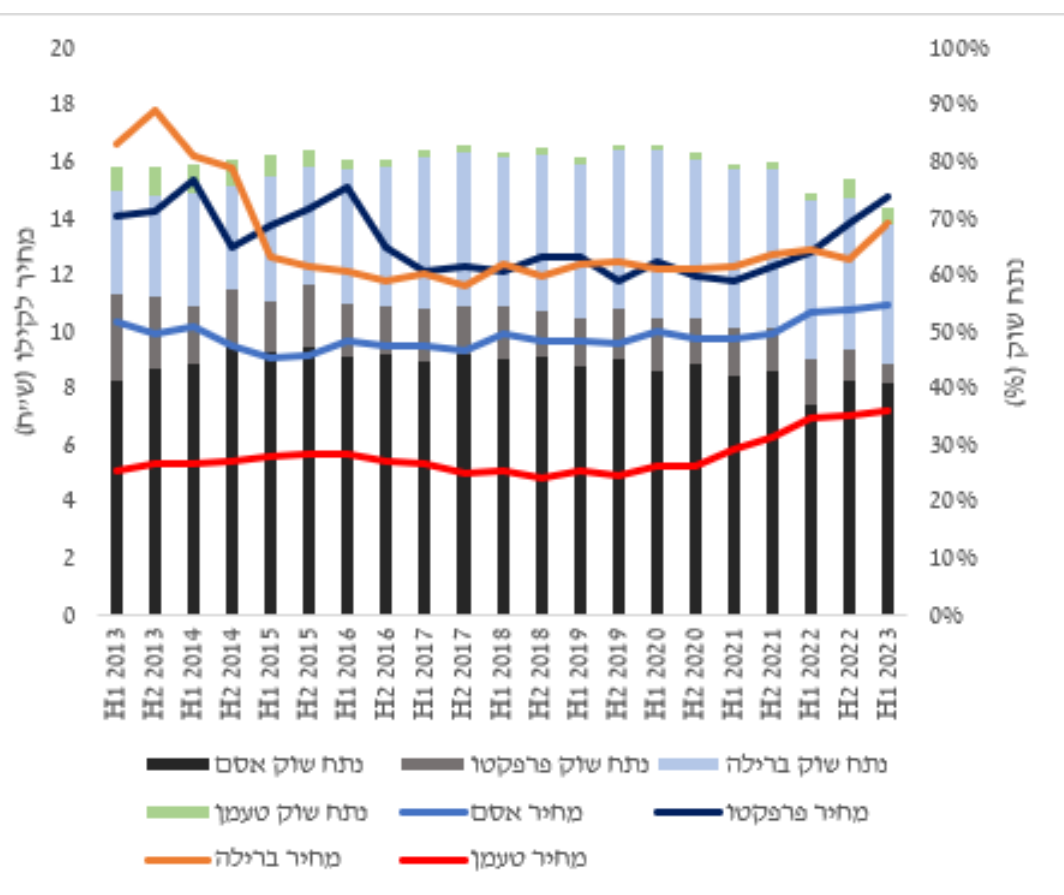


ריכוזיות + אהבת מותג = כשל בניסת מותג חדש

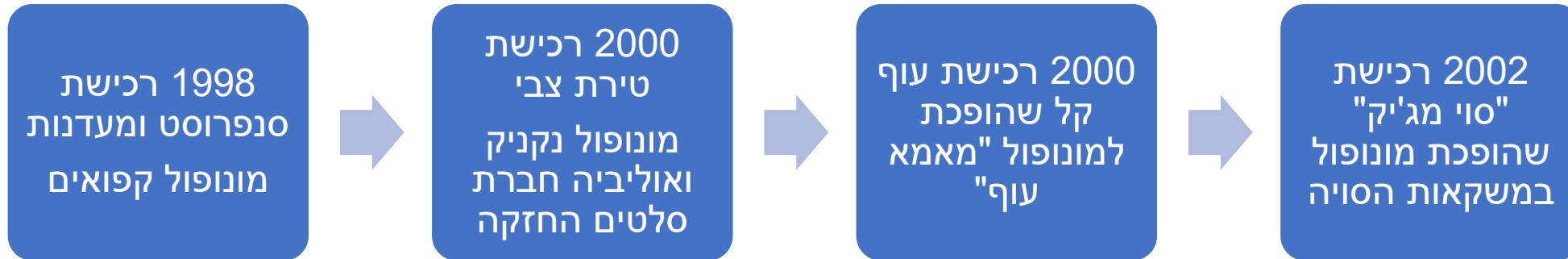
שוקולד חלב



פסטה



דרכה של תנובה למגה מונופול



- מובאות פה רק הרכישות המהותיות ביותר של תנובה.
לצד אלה יש עוד ועוד רכישות – מבין אלה משמעותיים:
- 2003 רכישת הרדוף (חברה דומיננטית)
 - 2005 רכישת קליית יוסי וענבי ציון (מונופול בתחום הרכז פירות)

דרכה של אסם למגה-מונופול

1981 רכישת
פרומין וערגל
מונופול
הביסקוויטים
מפעל יקנעם

1988 רכישת
"עסיס"
המובילה
בשימורי
מעדנים,
סירופים, חומץ
מיצים ועוד
בית השיטה

1995 רכישת
טבעול וצבר
שניהם
מונופולים כיום
מפעל ק.גת

2006
רכישת בונזור
מפישמן מאפים
טריים (מפעל
ק.גת)
מגדנות הבית
יקנעם

2012 – רכישת
מטרנה מונופול
מזון התינוקות
מפעל מעברות

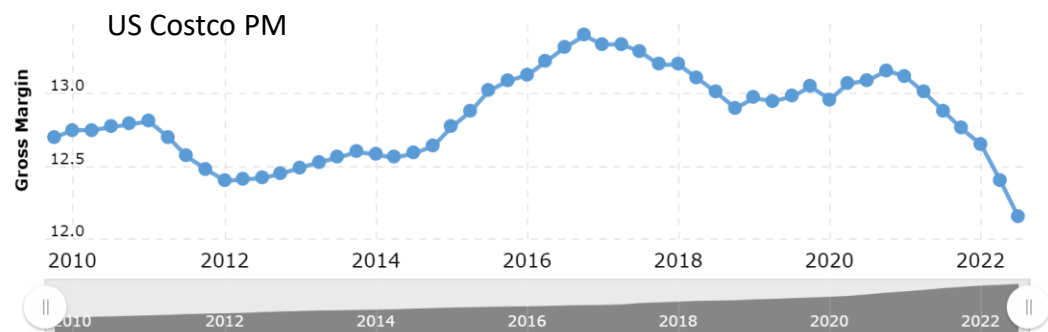
לצד אלה רכישות משמעותיות נוספות:
גלידות נסטלה, שימורי בית השיטה, עוף
טוב ובראשית הדרך: "לחמנו" ו"התאומים"



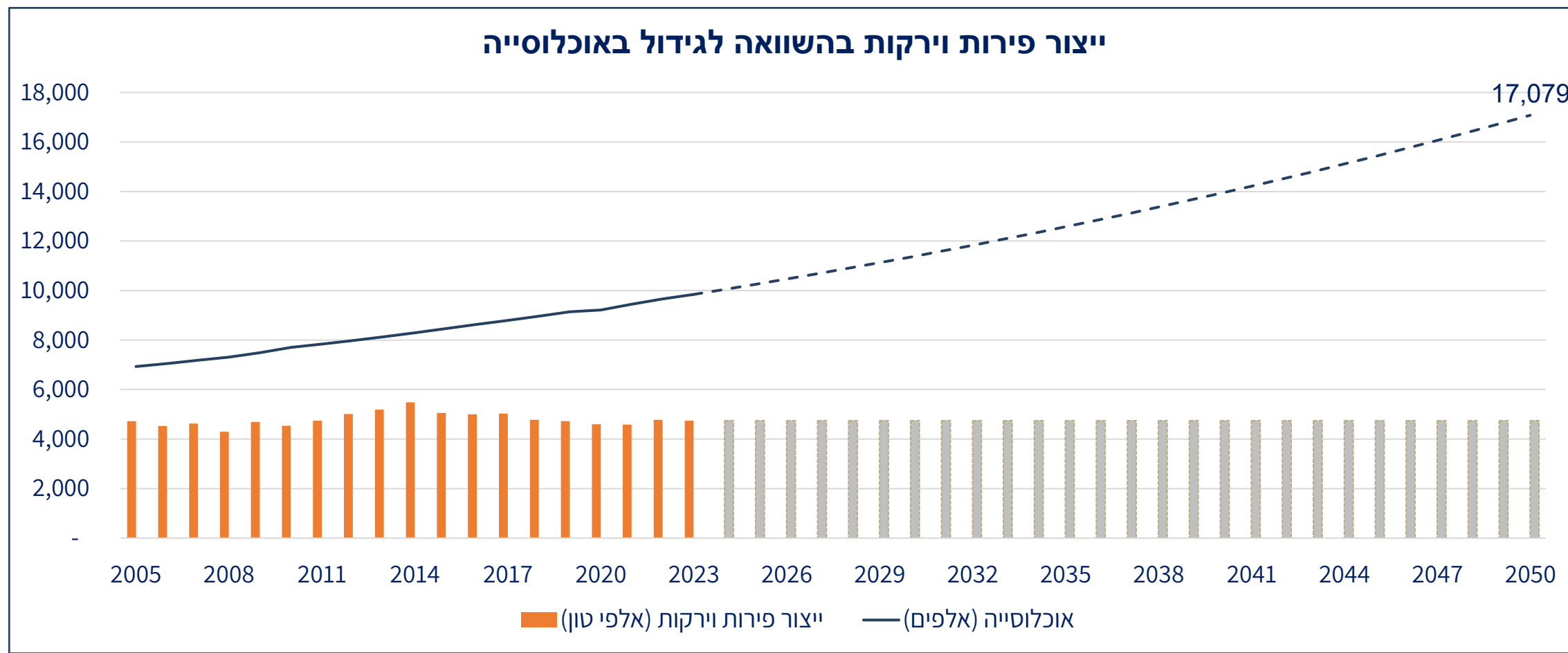
רווח גולמי של רשתות מזון בחו"ל

השוואת שיעור רווח גולמי (Gross Profit Margin) מאי 2026

מודל עסקי מרכזי	שיעור רווח גולמי (2024-2025)	מדינה	הרשת
המובילה בשוק ריכוזי	30.1% - 31.1%	ישראל	שופרסל
דומיננטיות בשוק הספרדי; יעילות שרשרת אספקה גבוהה.	~24.7%	ספרד	<u>Mercadona</u>
הרשת הדומיננטית ביותר באירופה (38%)	25.4%	הולנד	Albert Heijn
מודל בריטי מסורתי; רווחיות גולמית נמוכה המדווחת נטו.	שק' מרבי 19.5% -18.8% ~6.8% - 7.5% במקור	אנגליה	Sainsbury's
הרשת הגדולה באנגליה; מרווחים נמוכים בשל תחרות עזה.	שק' מרבי 19.2-7% ~7.2% - 7.7% במקור	אנגליה	Tesco
התמקדות באיכות וביעילות תפעולית גבוהה.	~22% - 25%	איטליה	<u>Esselunga</u>
"הארד-דיסקאונט" - מרווחים מינימליים למחיר הכי זול	15% - 18%	אירופה	Aldi
מרווח נמוך יחסית הנובע מתחרות מחירים אגרסיבית בשוק הצרפתי ודגש על היפר-מרקטים.	19.5%	צרפת	Carrefour
בשלב רה-ארגון מנסה לשמור על מרווח גבוה אך מאבדת נתח שוק	22.5%	צרפת	Casino



התוצרת החקלאית בפיגור לגידול האוכלוסיה



פתרונות – כיוונים וכלים

רפורמות מבניות

הפרדה ופתיחת
שווקים לתחרות –
הכנסת מתחרים
חדשים

חוק יבוא חופשי (הוראת שעה)

רשות התחרות

– מאבק בפרקטיקות
חוסמות מתחרים
הכנת התשתית לפיזור
מונופוליות

שינוי בפיקוח המחירים + Cost מ להשוואה לחו"ל

השלט
חבויות של
קמעונאים
במונופול

• **בטווח הקצר:** ההורדה תבוא
רק מאיסור הפקעה ויבוא מבוזר
ופתוח בתוספת שינוי מודל פיקוח
מחירים

• בטווח הארוך:

• הפרדת מגה-מונופולים -
הגדלה מהותית של מספר
היצרנים והספקים להגברת
התחרות

• שינוי חוק עידוד השקעות
הון לעידוד הקמת מתחרים
מקומיים למונופולים